Die Hamburger Kreativ Gesellschaft startet über ihre Initiative nextMedia.Hamburg das neue Förderprogramm „Creator Lift“, um zehn ambitionierte Creator*innen gezielt mit der regionalen Medien- und Digitalbranche zu vernetzen.

Das Programm zielt darauf ab, die Arbeit der Teilnehmenden zu professionalisieren und sie in die bestehenden Wertschöpfungsketten zu integrieren. Damit reagiert der Standort Hamburg auf eine zentrale Schwachstelle der aktuellen Creator Economy: die Diskrepanz zwischen immenser Reichweite und oft volatiler unternehmerischer sowie journalistischer Substanz. In einem Marktumfeld, das durch algorithmische Volatilität und sinkende Grenzerträge gekennzeichnet ist, stellt diese Maßnahme eine gezielte Investition in die Humankapital-Infrastruktur dar.

Der Fokus liegt auf der Transformation von reiner Content-Produktion hin zu skalierbaren Geschäftsmodellen. Während die Einstiegshürden in soziale Netzwerke gegen Null tendieren, steigen die Kosten für die langfristige Etablierung einer Marke – die sogenannten Customer Acquisition Costs (CAC) – im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Nutzer*innen rapide an. Das Programm setzt hier mit Modulen zu Entrepreneurship und Brandaufbau an. Die finanzielle Förderung von 1.500 Euro pro Teilnehmer*in ist dabei eher als symbolisches Startkapital denn als vollwertige Anschubfinanzierung zu werten; der wahre ökonomische Hebel liegt im Zugang zum Innovationsraum SPACE und den Netzwerkkontakten zu Branchengrößen wie Google, der Funke Mediengruppe oder OMR.

Bemerkenswert ist die strategische Verknüpfung von journalistischem Handwerk mit unternehmerischem Kalkül. In einer Zeit, in der herkömmliche Medienhäuser mit schwindenden Bindungsraten bei jüngeren Zielgruppen kämpfen, fungieren Creator*innen als effiziente Distributoren mit hoher Vertrauensrendite. Die Einbindung von Expert*innen wie Amelie Marie Weber von der „Tagesschau“ oder dem Top-Creator „Herr Anwalt“ in die Jury verdeutlicht die Absicht, regulatorische und ethische Standards des klassischen Journalismus auf die ökonomisch agilen Akteur*innen der neuen Medien zu übertragen. Es handelt sich um den Versuch, eine Qualitätssicherung zu etablieren, die in der unregulierten Plattformökonomie bisher Seltenheitswert besitzt.

Co-Creation als strategische Allianz

In der zweiten Phase des Programms, die von Juli bis Dezember 2026 läuft, wird die rein edukative Ebene verlassen und in die praktische Anwendung überführt. Die

Copyright © SuedKultur - Tiefgang | www.tiefgang.net/ | 1

Zusammenarbeit mit Partnerunternehmen wie Rocketbeans.TV oder der Pilot Agenturgruppe deutet auf ein Co-Creation-Modell hin, das beiden Seiten dient: Die Creator*innen erhalten Zugang zu professionellen Produktionsmitteln, während die etablierten Medienhäuser von der Innovationskraft und der Zielgruppennähe der Talente profitieren. Dieser Austausch minimiert das Risiko von Fehlinvestitionen in Formate, die am Markt vorbei produziert werden.

Letztlich bleibt abzuwarten, ob die Selektion von lediglich zehn Teilnehmenden ausreicht, um eine kritische Masse für den Standort Hamburg zu generieren. Die Initiative markiert jedoch den Punkt, an dem die Stadtverwaltung und die Privatwirtschaft anerkennen, dass die Creator Economy kein flüchtiges Phänomen der Aufmerksamkeitsökonomie mehr ist, sondern ein ernstzunehmender Wirtschaftsfaktor, der nach institutioneller Rahmung verlangt. Die Frage nach der langfristigen Tragfähigkeit solcher Kleinst-Förderungen im globalen Wettbewerb der Plattformen bleibt die nächste große Unbekannte.

Bewerbung und Fristen:

Interessierte Creator*innen können ihre Bewerbung für den „Creator Lift“ [redacted] über das offizielle Portal von nextMedia.Hamburg einreichen: www.nextmedia-hamburg.de/programme/creator-lift/

Tiefgang statt Bezahlschranke: *Dir ist dieser Artikel ein paar Euro wert? Mit einer Spende via PayPal hilfst du uns, weiterhin unabhängig über die Kulturszene zu berichten.*

Related Post



10 Stipendien für das Hamburger Ökosystem